



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: ETICA PROFESIONAL
Código: FAD0120
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019
Profesor: QUINTANILLA GONZÁLEZ CECILIA BERNARDITA
Correo electrónico: bquintanilla@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura está encaminada a fortalecer la capacidad crítica y reflexiva de los estudiantes, frente al entorno, con el fin de contribuir desde su desempeño profesional, a la construcción de una sociedad más humana y equitativa.

El curso de ética profesional, parte del reconocimiento así como de la conceptualización de ética y moral, como referente indispensable para la fundamentación que permita develar la necesidad de una ética profesional enmarcada dentro del ámbito de la construcción del bien común, el respeto a la dignidad humana, la democracia, la responsabilidad social y profesional.

Se pretende una vinculación real del estudiante con el entorno y su campo profesional; por medio de la observación y el análisis crítico-reflexivo de la realidad local, regional y nacional; así como del análisis y estudio de casos que plasman de manera efectiva las nefastas consecuencias que ha ocasionado a diferentes niveles, comportamientos personales, profesionales y corporativos alejados de un referente ético, en las áreas en las que se involucra el Ingeniero-Ingeniera en Marketing.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Etica y Moral: definición
1.2	Objeto de estudio de la ética
1.3	Principios-Valores-Virtudes
1.4	Diversas corrientes éticas: ética de la virtud, epicureísmo, estoicismo, neoplatonismo, ética kantiana o del deber, utilitarismo, ética del superhombre, ética marxista, ética axiológica, ética de la liberación, ética comunicativa
2.1	Función social de la ética: principio de alteridad
2.2	Derechos Humanos
2.3	Comercio Justo
2.4	Efectos del Marketing en el consumidor individual
2.5	Efectos del Marketing en la sociedad
2.6	Posturas alternativas frente a la sociedad de consumo
3.1	Qué es ética profesional

3.2	Importancia e impacto de la ética profesional
3.3	Aspectos de la ética profesional:
3.3.1	Responsabilidad
3.3.2	Competencia
3.3.3	Secreto Profesional
4.1	Aplicación de criterios éticos en el marketing
4.2	Análisis de los medios de comunicaciones y los mensajes publicitarios
4.3	Análisis del rol de las TIC's como medio difusor de información
5.1	Aplicación de la RSE en el ámbito del marketing
5.1	Concepto de RSE

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

bf. Mantener un comportamiento Ético con la Profesión y la Sociedad en general.

-La Ética profesional como base para el desempeño laboral.

-Evaluación escrita
-Informes
-Investigaciones
-Resolución de ejercicios, casos y otros

bm. Conocer los códigos profesionales que ayudan a evaluar y seleccionar la mejor estrategia

-Diferenciar los procedimientos profesionales bajo la Ética para tomar decisiones.

-Evaluación escrita
-Informes
-Investigaciones
-Resolución de ejercicios, casos y otros

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Resolución de ejercicios, casos y otros	Lectura, análisis y síntesis corrientes éticas	Etica y Moral	APORTE 1	5	Semana: 2 (24-SEP-18 al 29-SEP-18)
Investigaciones	Indagación impacto marketing en la sociedad	Etica y sociedad	APORTE 1	5	Semana: 5 (15-OCT-18 al 20-OCT-18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita toda la materia revisada hasta la fecha	Etica Profesional, Etica y Moral , Etica y sociedad	APORTE 2	5	Semana: 9 (12-NOV-18 al 14-NOV-18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis y resolución de casos	Etica Profesional, Etica y Moral , Etica y sociedad	APORTE 2	2	Semana: 9 (12-NOV-18 al 14-NOV-18)
Informes	Análisis códigos de ética marketing en el contexto	Etica Profesional	APORTE 2	3	Semana: 11 (26-NOV-18 al 01-DIC-18)
Investigaciones	Proyectos de RSE en el contexto local	Marketing - Responsabilidad Social	APORTE 3	5	Semana: 15 (al)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Análisis de la aplicación de principios éticos en el Marketing, Etica Profesional, Marketing - Responsabilidad Social	APORTE 3	5	Semana: 16 (02-ENE-19 al 05-ENE-19)
Evaluación escrita	Evaluación escrita: todos los contenidos revisados, así como los trabajos realizados	Análisis de la aplicación de principios éticos en el Marketing, Etica Profesional, Etica y Moral , Etica y sociedad, Marketing - Responsabilidad Social	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Evaluación escrita	Evaluación escrita: las mismas consideraciones que el examen final	Análisis de la aplicación de principios éticos en el Marketing, Etica Profesional, Etica y Moral , Etica y sociedad, Marketing - Responsabilidad Social	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
HORTAL ALONSO, AUGUSTO	Unijes	"ETICA DE LAS PROFESIONES"	2002	978-84-330-1718-7
González Álvarez, Luis José	El Buho	ETICA	2006	958-9482-02-3
LUIS J. GONZÁLEZ	El Búho	ETICA	2003	958-9482-02-3

Web

Autor	Título	Url
Aldana Barrios Jessica	Estrategias de responsabilidad social empresarial de multinacionales en países de economía emergente.	file:///C:/Users/loaz6/Downloads/Dialnet-EstrategiasDeResponsabilidadSocialEmpresarialDeMul-5848880.pdf
Gabriel Rueda Delgado	Aportes de la información contable a una responsabilidad empresarial acorde con las necesidades de la sociedad. Una mirada crítica	http://www.scielo.org.co

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **13/09/2018**

Estado: **Aprobado**